

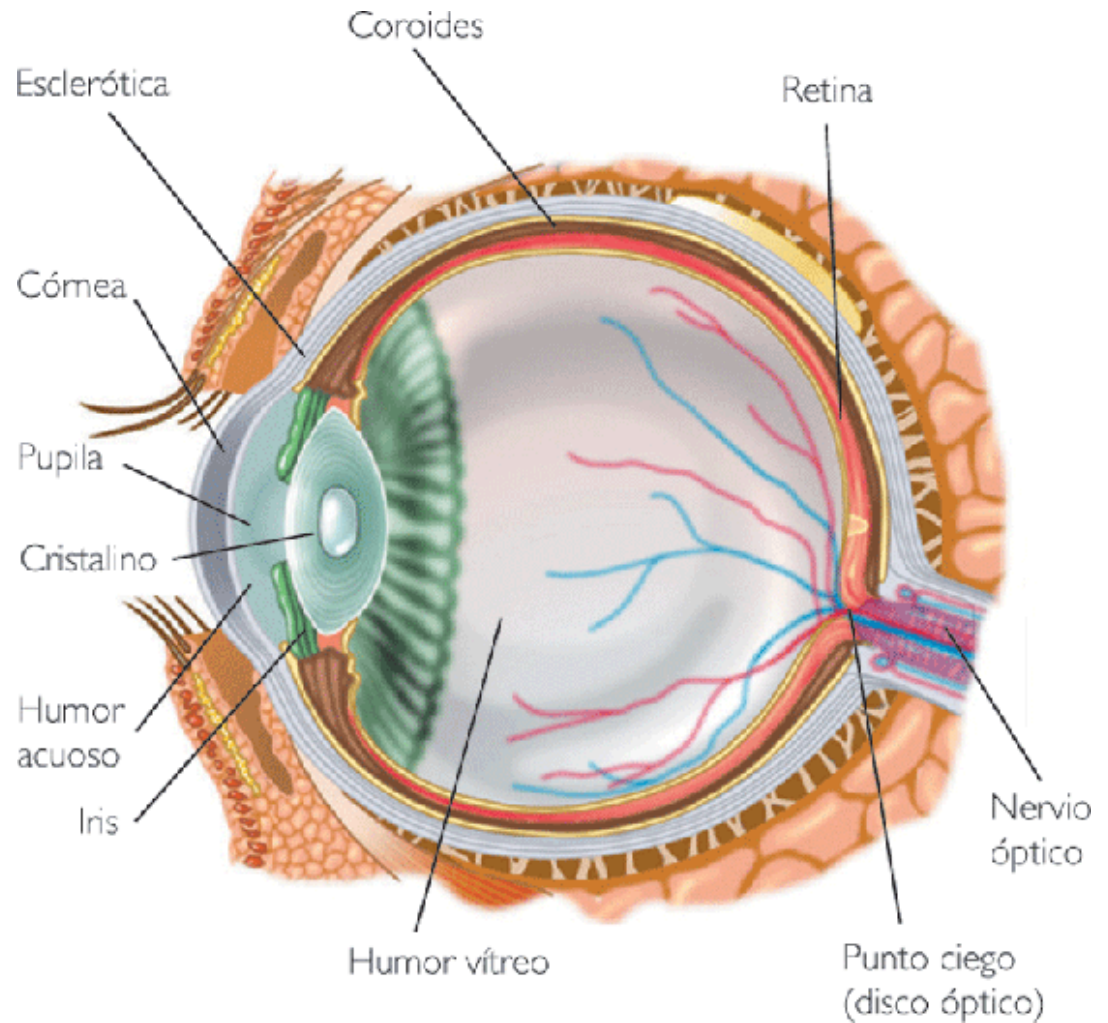


# Teoría del color

## El fenómeno físico

La información de lo que vemos se transmite al cerebro a través del nervio óptico.

De qué depende?



**TODO COLOR**

**ES LUZ**



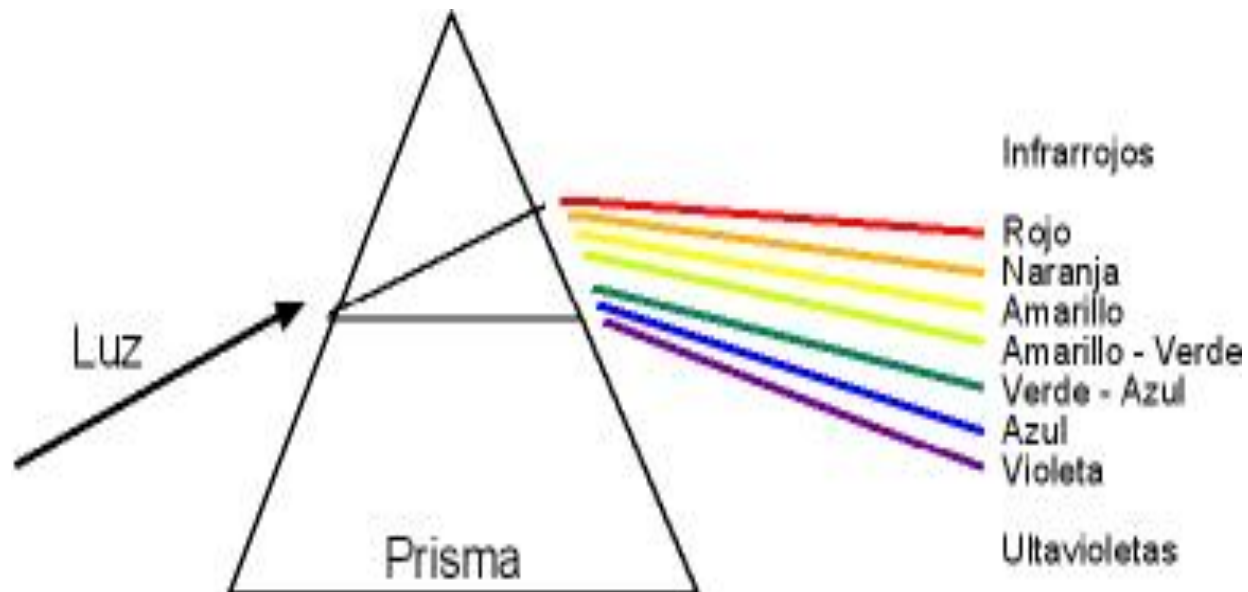
# Isaac Newton (1642-1727)



- Describió los colores como el producto de las propiedades de los rayos que componen las fuentes luminosas. Demostró que la luz blanca estaba compuesta por los colores del arco iris.



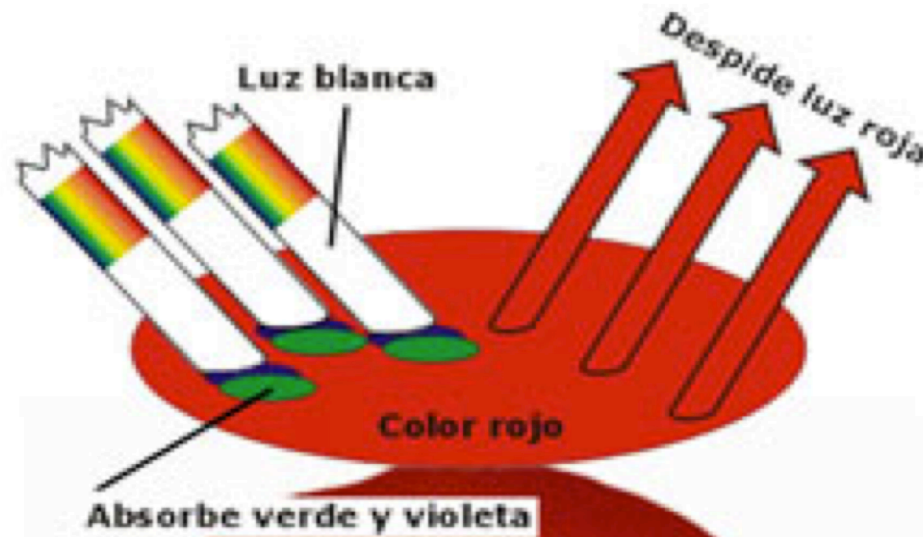
Todos se funden en uno solo: BLANCO



Rojo-Verde; Amarillo-Violeta; Azul-Naranja.

Los objetos tienen la propiedad de absorber determinada cantidad de luz y rechazar otra cantidad de luz, el color natural del objeto que nosotros percibimos está dado por el rayo de luz que rechaza.





La luz

El sentido de la vista

Las propiedades de los objetos

Factores



Si esta absorbiera los  
rojos y rechazara los  
azules y amarillos,  
sería de color verde.





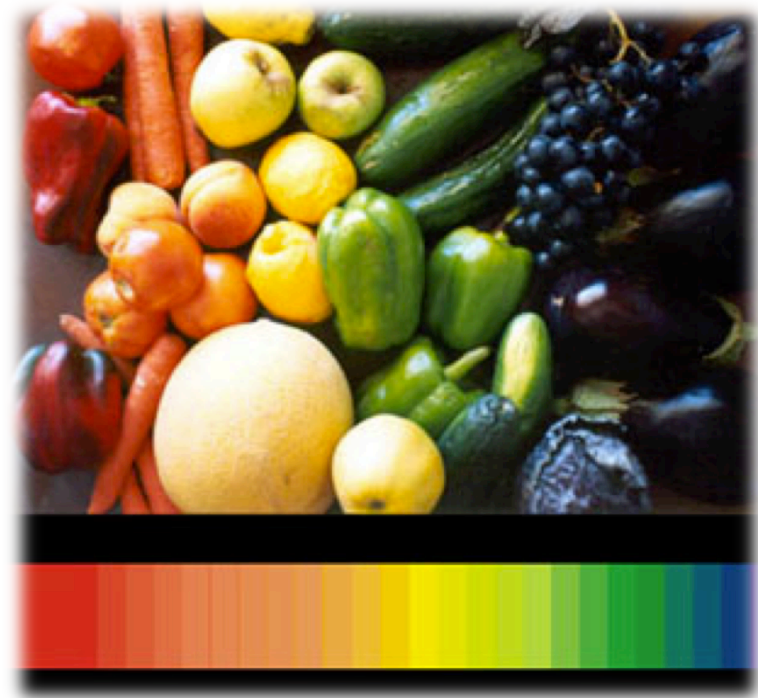




colores  
luz



Fenómeno físico-químico asociado a las innumerables combinaciones de la luz, relacionado con las diferentes longitudes de onda en la zona visible del espectro electromagnético, que perciben las personas y animales a través de los conos.







El *sentimiento* del color es tan viejo como la humanidad. El hombre de la época glacial, hace más de 20.000 años ya utilizaba colores minerales para representar su vida y cuanto le rodeaba.



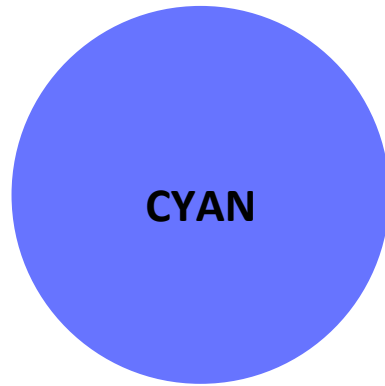
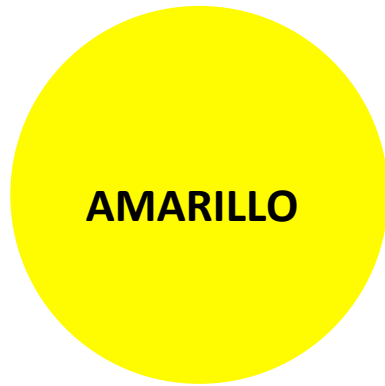
**colores  
pigmento**



# COLORES PRIMARIOS



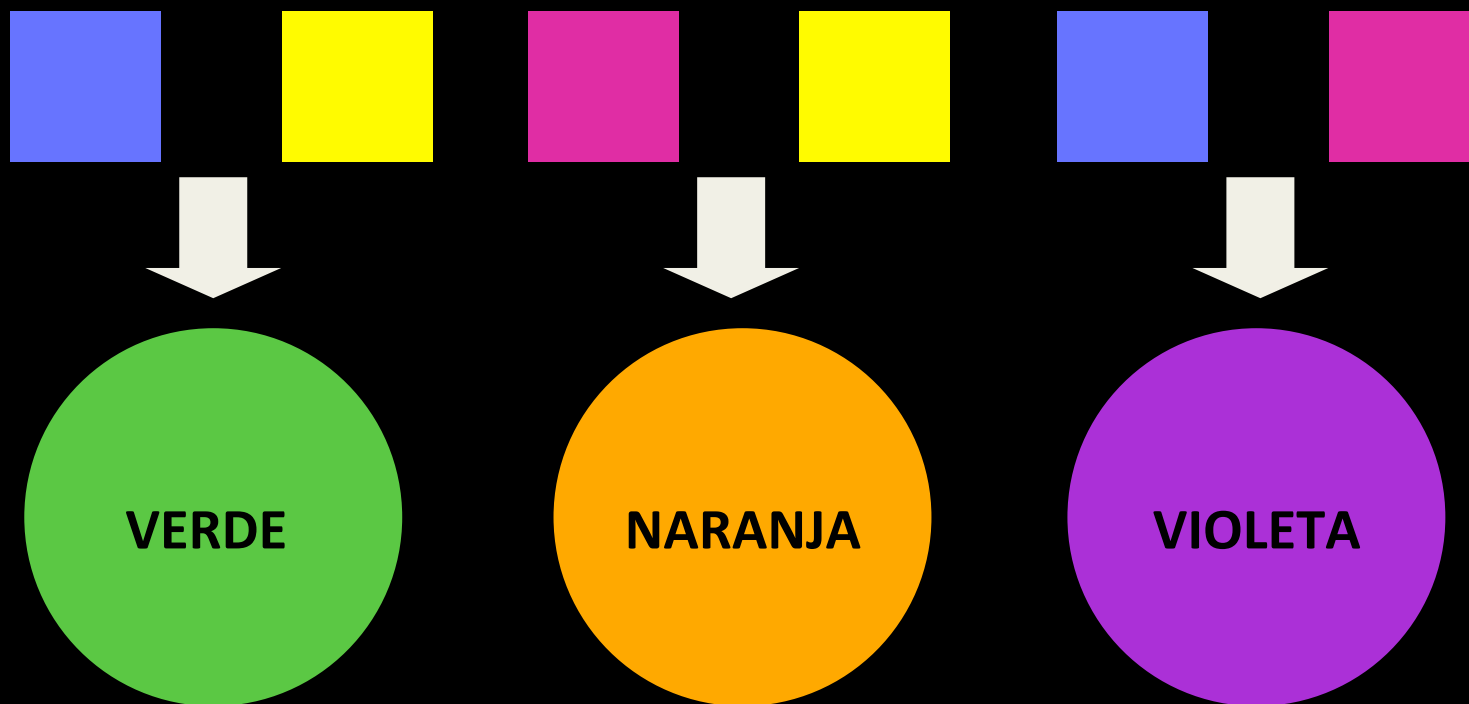
Básicos o  
fundamentales de los  
que derivan todos los  
demás colores.  
Son perceptualmente  
irreducibles



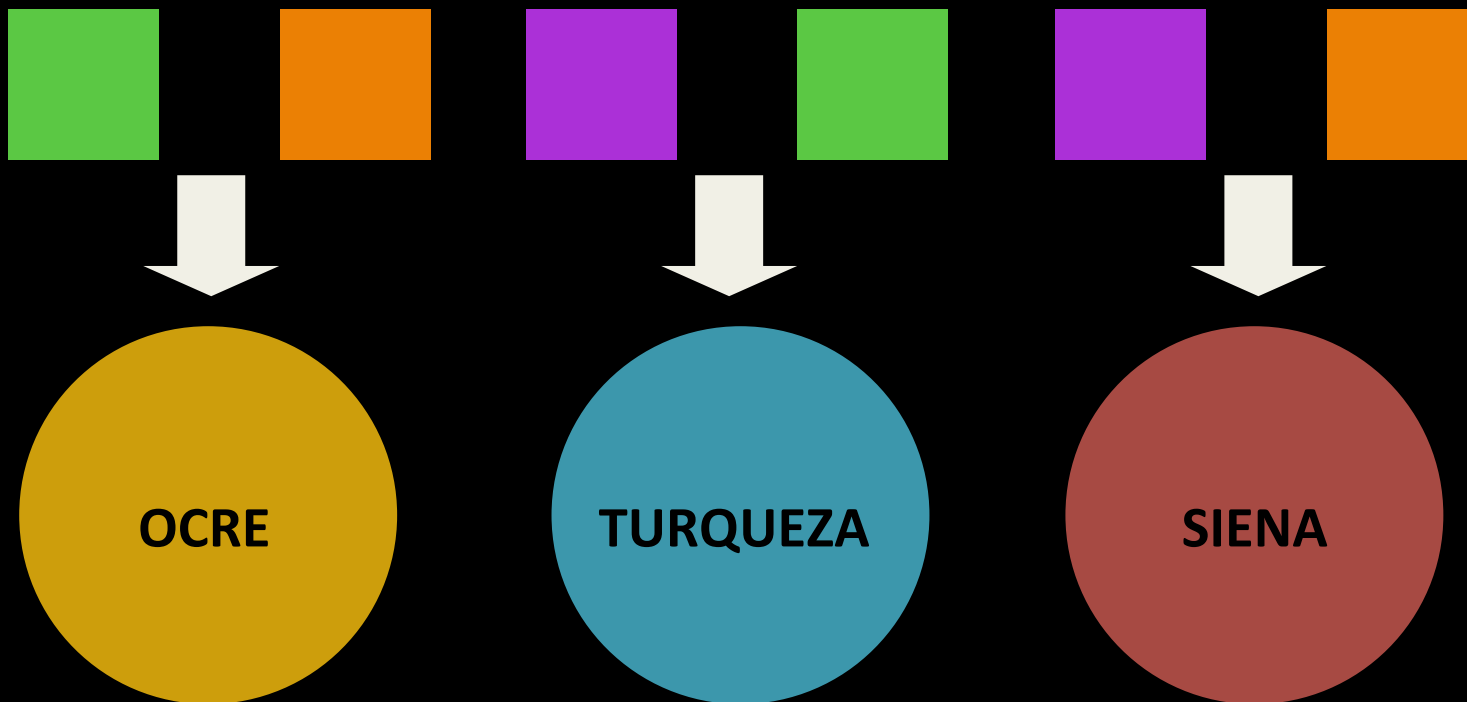
También denominados *colores fundamentales*, son los colores de partida, no se obtienen por la mezcla de ningún otro color, al unirlos podemos lograr una amplia gama de colores.



# COLORES SECUNDARIOS



# COLORES TERCIARIOS



# COLORES INTERMEDIOS

Son los obtenidos de la  
mezcla de un primario y un  
secundario.

**AMARILLO + VERDE = VERDE AMARILLENTO**

**VERDE + AZUL = VERDE AZULADO**

**AZUL + VIOLETA = AZUL VIOLACEO**

**VIOLETA + ROJO = VIOLETA ROJIZO**

**ROJO + NARANJA = NARANJA ROJIZO**

**NARANJA + AMARILLO = NARANJA AMARILLENTO**



# CARACTERÍSTICAS DEL COLOR

Los tres conceptos fundamentales  
de nuestro lenguaje compartido  
del color son:

*tono (color), saturación  
y valor (brillo ó luminosidad)*

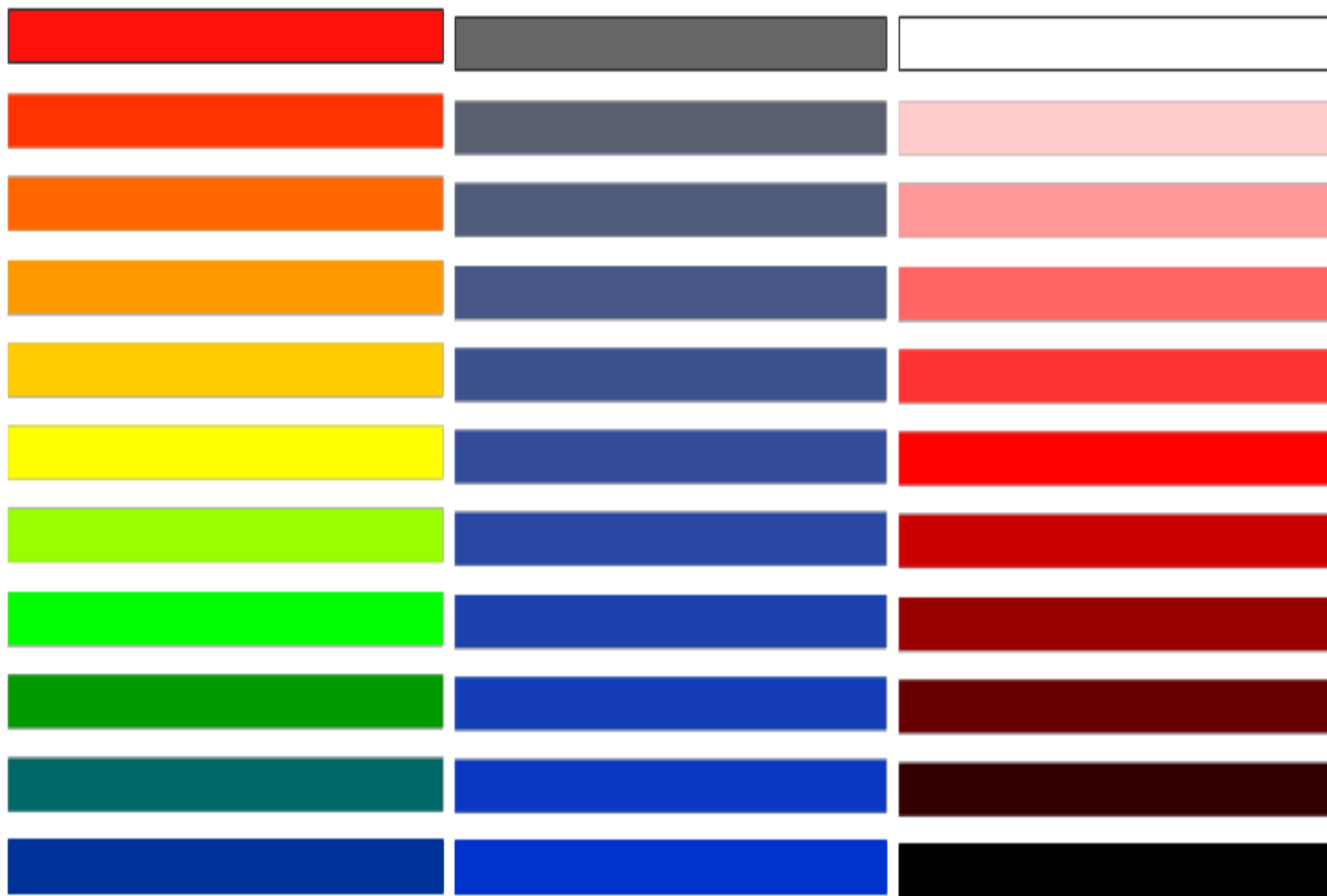


# TONO (color)

Este término es el más sencillo de recordar, porque se refiere al mismo nombre de color.

Muchos colores diferentes son producidos como resultado de una combinación entre dos o más colores, o a través de la añadidura del negro, blanco o gris, los colores acromáticos.







# SATURACIÓN

*La saturación es la intensidad del color puro.*

Mientras más saturado más puro e intenso se ve el color mientras menos saturado más gris se ve el color porque pierde el pigmento.



# VALOR (brillo ó luminosidad)

Es un término que se usa para describir que tan *claro u oscuro parece un color*. Por lo tanto, el valor del color está determinado por su propiedad de reflexión, es decir: cuánta luz refleja otra vez al ojo. Un rojo brillante que, parece más claro al ojo, que un oscuro, tiene un valor más alto.

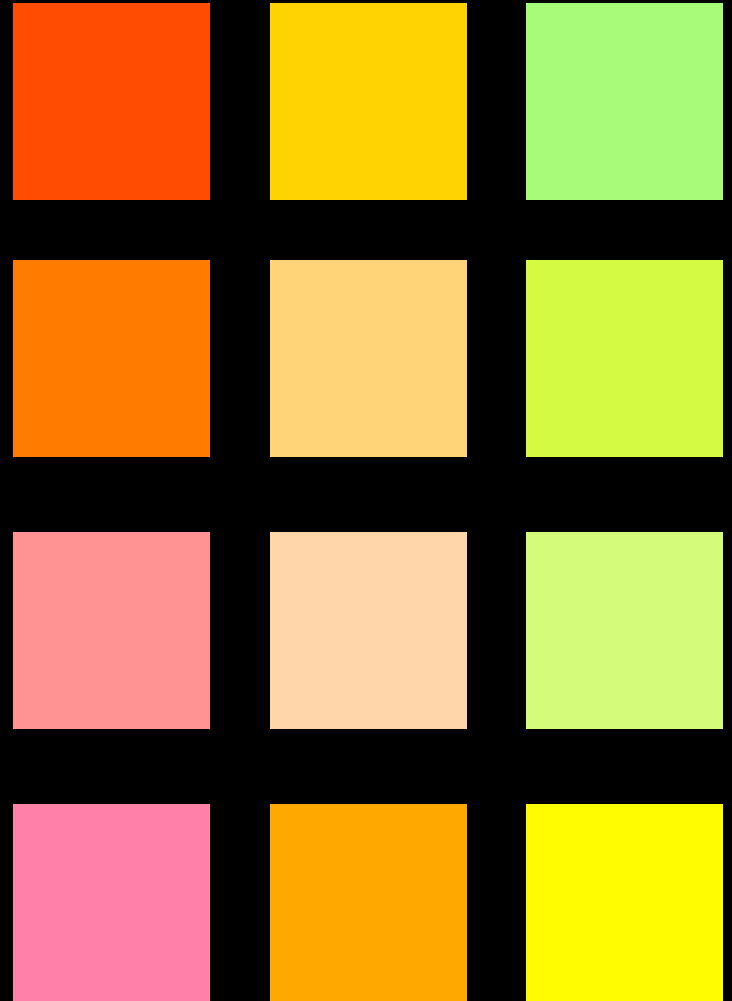


# TEMPERATURA



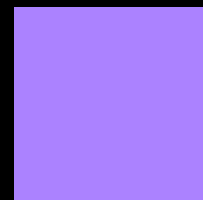
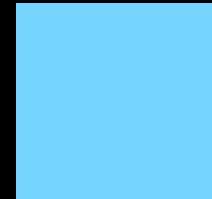
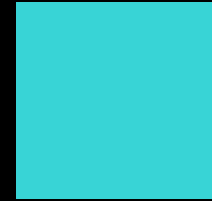
# COLORES CÁLIDOS

Son aquellos que presentan las máximas longitudes de onda en el espectro luminoso. Cuando hablamos de colores cálidos nos referimos *valor emocional que transmite el color* y que se traduce en una reacción subjetiva que produce una sensación de temperatura.



# COLORES FRÍOS

Son aquellos que se encuentran en la parte del espectro correspondiente a las longitudes de onda mínimas. Se identifican con sensaciones de temperatura opuestas a la de los colores cálidos. La gama gira en torno a azules, verdes y violetas.

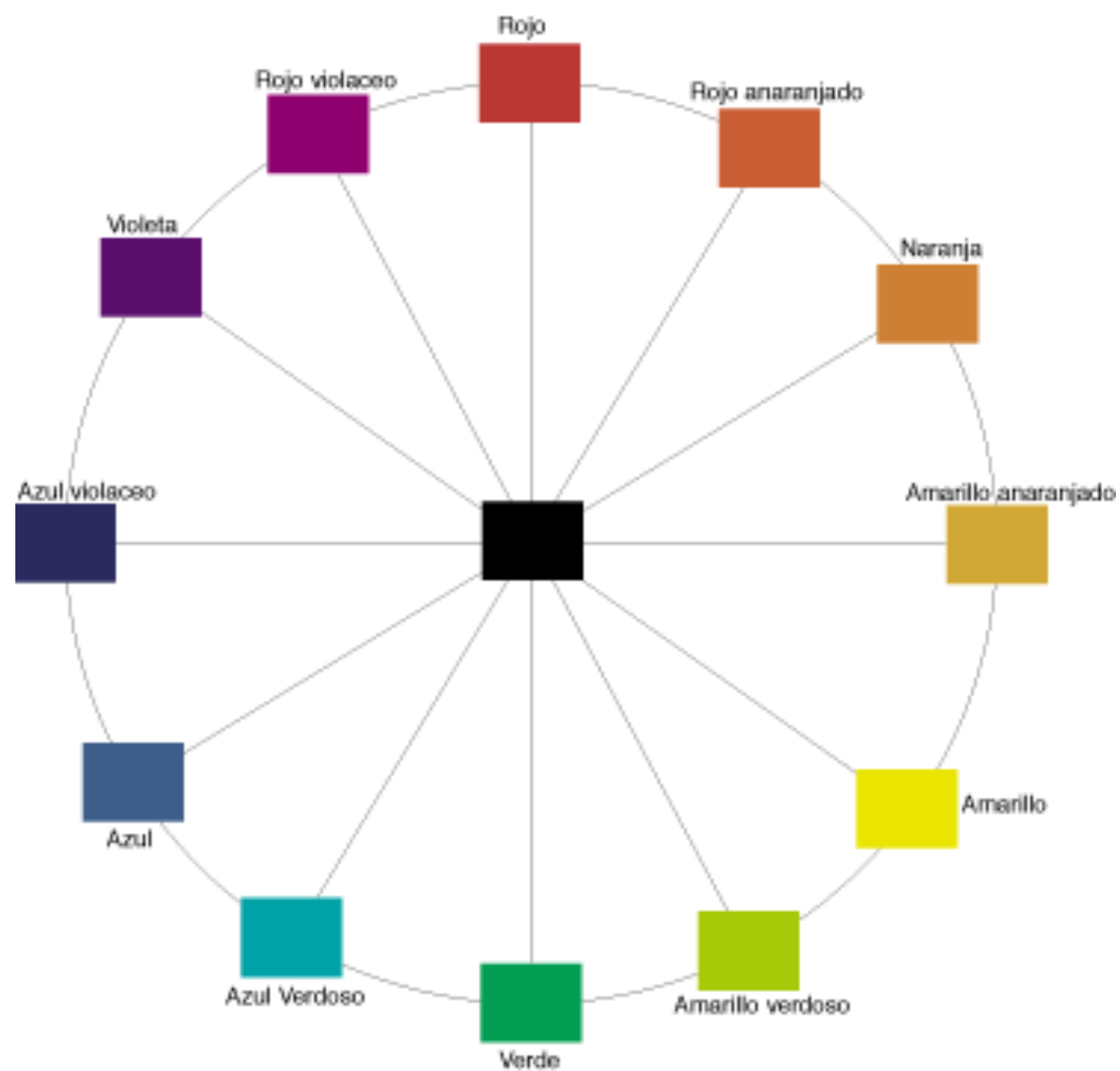


# COLORES NEUTROS

Son aquellos que se encuentran en la parte del espectro correspondiente a las longitudes de onda medias.







color  
**FUNCIONES**



**Función práctica**



**Función simbólica**



**Función señalética**

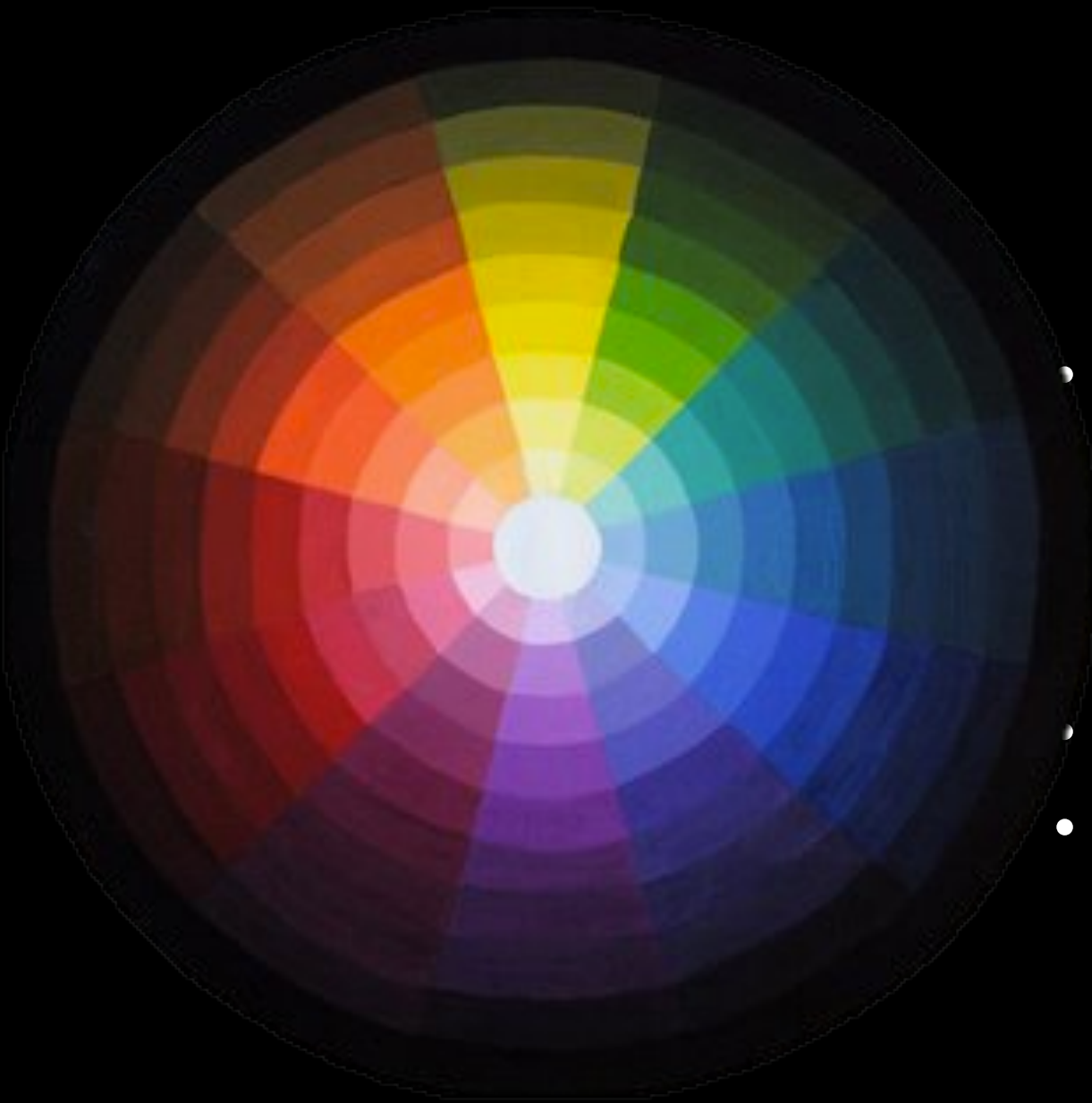
diseño

**CONDICIONES VISUALES**



armonías

**USOS DEL COLOR**



- Monocromía
- Analogía
- Contraste y complementariedad
- Trío armónico
- Doble contraste

# EL COLOR

Envases

PACKAGING

# Impactar en menos de un segundo

Selección  
del color  
debe ir de  
acuerdo al  
perfil del  
consumidor





El color se hace reconocible y recordable

Vendedor silencioso



Efectos del color

**PACKAGING**



Identificar la  
categoría del  
producto

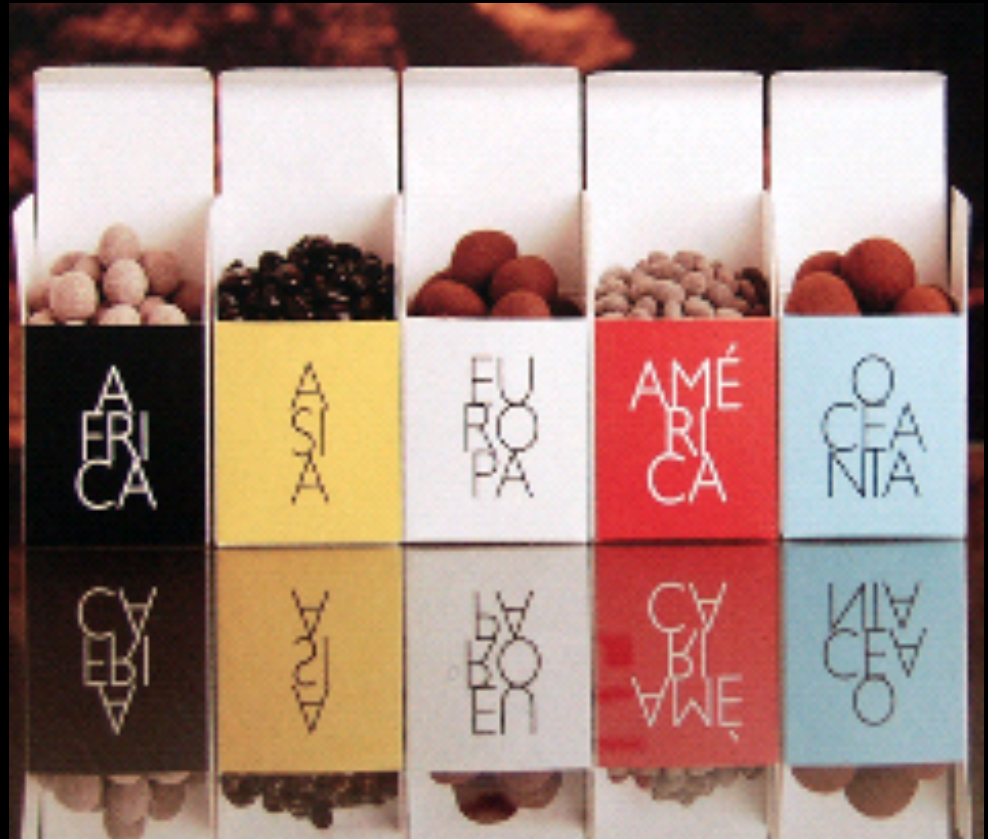
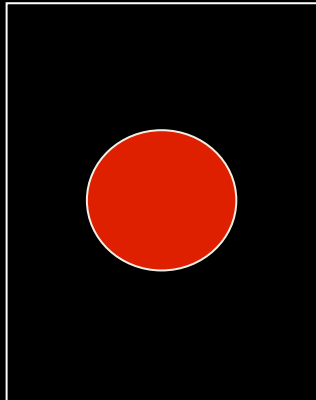
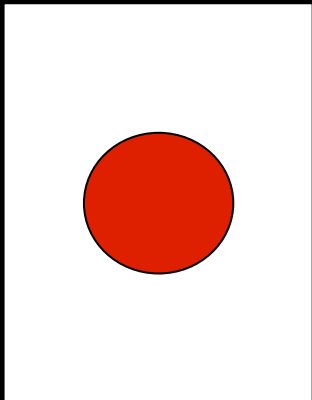
Crear ilusiones  
ópticas

Impacto al  
perceptor

Mejorar la  
legibilidad



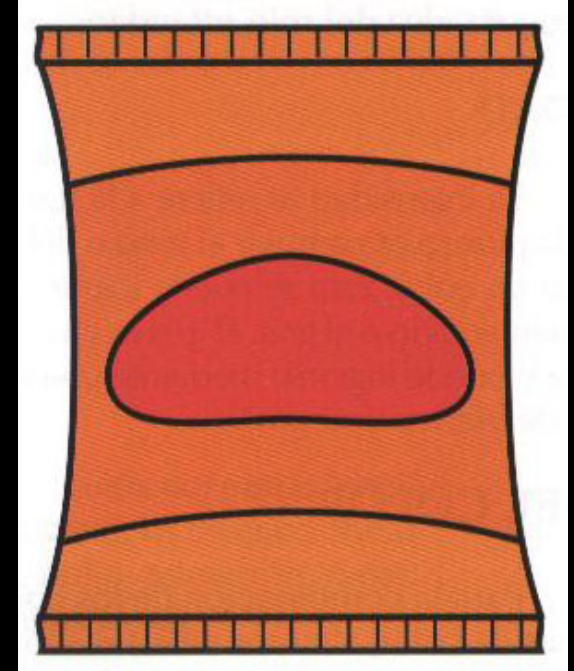
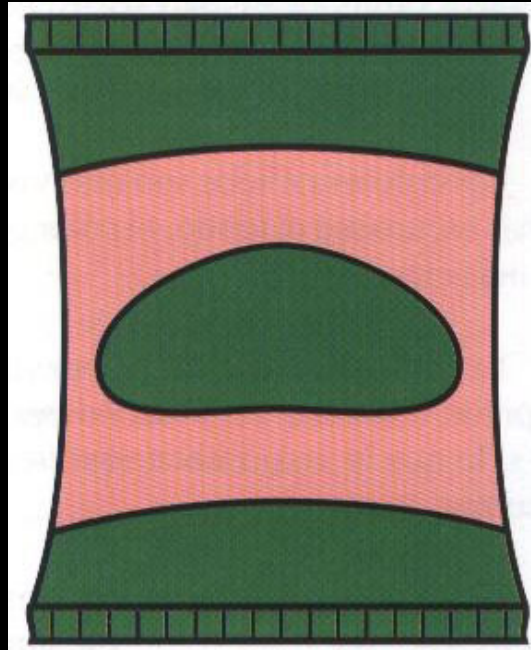
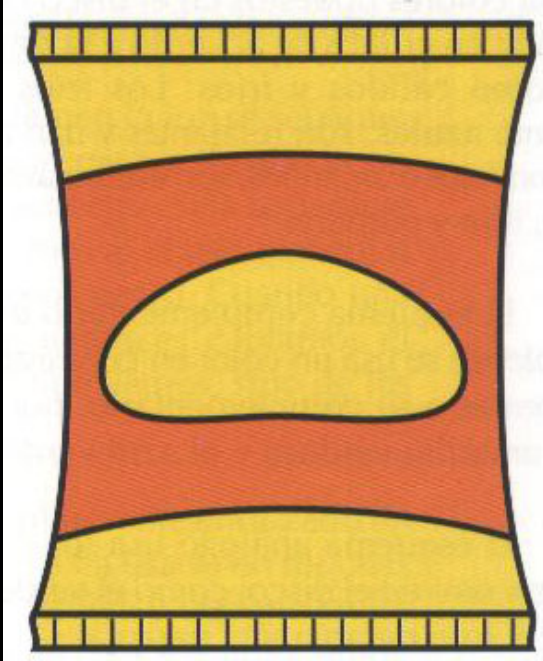
# EFECTOS





<b>NARANJA</b>	21.4% de percepción
<b>VERDE</b>	12.6% de percepción
<b>ROJO</b>	18.6% de percepción
<b>AMARILLO</b>	12.0% de percepción
<b>AZUL</b>	17.0% de percepción
<b>VIOLETA</b>	5.5% de percepción
<b>NEGRO</b>	13.4% de percepción
<b>GRIS</b>	0.7% de percepción

# Efectos ópticos



Volumen



# Legibilidad de los colores

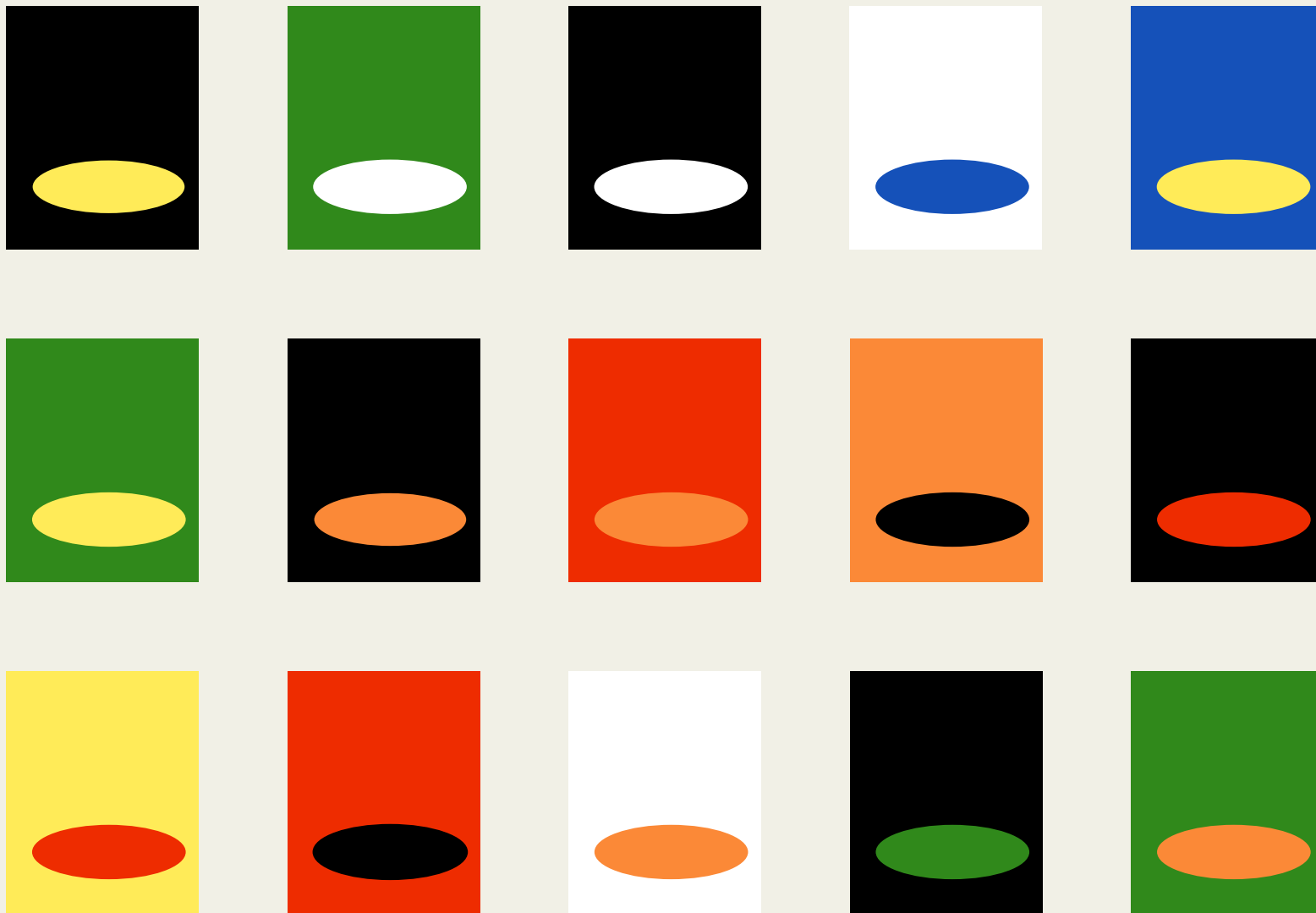


Tabla de Karl Borggrafe

1	Negro-amarillo
2	Amarillo-negro
3	Verde-blanco
4	Rojo-blanco
5	Negro-blanco
6	Blanco-azul
7	Azul-amarillo
8	Azul-blanco
9	Blanco-negro
10	Verde-amarillo
11	Negro-naranja
12	Rojo-naranja
13	Naranja-negro
14	Amarillo-azul
15	Blanco-verde
16	Negro-rojo
17	Azul-naranja
18	Amarillo-verde
19	Azul-rojo
20	Amarillo-rojo

# Sabores

# Colores



Ácido



Dulce



Amargo



Salado



Muy dulce

# Sabores y colores

**FRIOS**

**AMARGO**

**CALIDOS**

**DULCE**

# Olores

# Colores

Perfume

Violeta, rosa, verde (pino)

Fragancias

Colores ligeros, puros y  
delicados (pasteles)

Malos olores

Colores oscuros, insaturados

# Aspecto

Sólido  
compacto

Café oscuro, y colores  
saturados (fuertes primarios)

Líquidos

Verde claro, celeste

Líquido  
cremoso

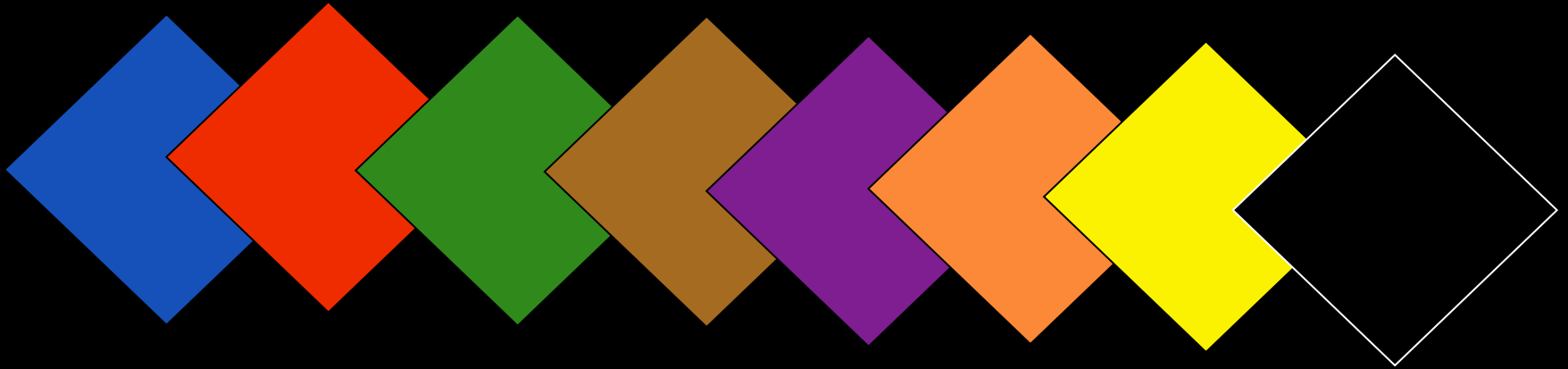
Rosa, blanco

Polvo

Café, ocre o amarillo



# aspecto



Tonos oscuros en inviernos,

Tonos claros en verano

Alimento Naranja, amarillo, verde.

Sed Azul grisáceo - sed

Salud Verde, amarillo, azul

Instinto sexual Rojo, tonos suaves y colores pastel

Necesidad de descanso Azules, verdes

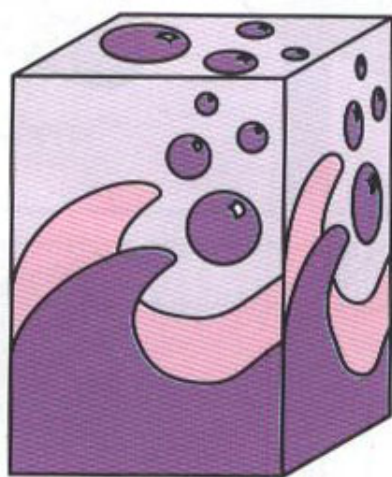
Importancia y prestigio Violeta, rojo vino, dorado,  
negro, plateado

Exclusividad Tonos de moda y excéntricos

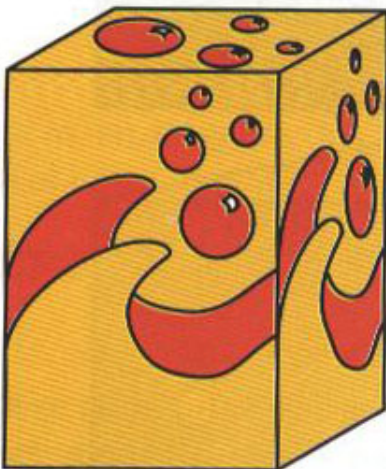
aspectos  
psicológicos



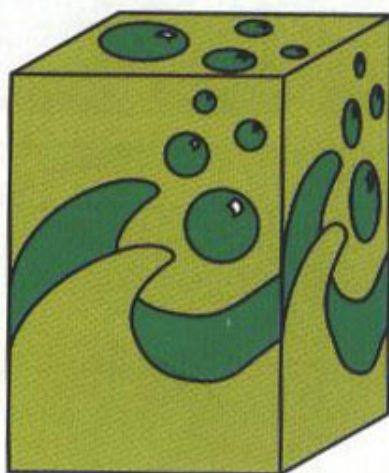
Veneno para ratas



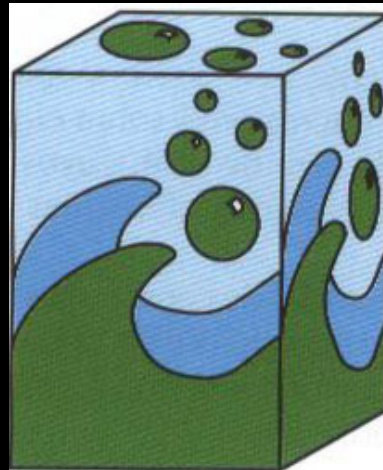
Producto cosmético



Alimento vitaminado



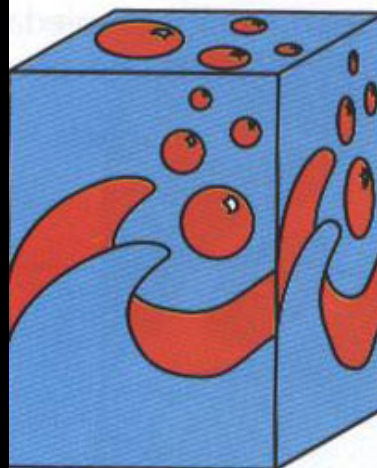
Producto vegetal



Detergente



Chocolate



Desinfectante



Pasta dental